



DARK SIDE TECNOLOGIA

OSSERVATORIO
REPUTATIONAL &
EMERGING
RISK

Gruppo Unipol



DARK SIDE TECNOLOGIA

La tecnologia ha una doppia faccia: da un lato, offre comodità, connessione e innovazione, ma dall'altro può creare dipendenza, isolamento sociale e minacce alla privacy. È fondamentale bilanciare i suoi benefici con una consapevolezza critica dei suoi potenziali rischi.

I Macro Trend in sintesi ▲

Mappa Interconnessioni ▲

Cosa significa la tecnologia per ognuno di noi? Utilità, velocità, divertimento, condivisione, empowerment, socializzazione. Sono tutte accezioni che siamo naturalmente portati a considerare positive. In effetti alla tecnologia siamo abituati, e probabilmente assuefatti, perché è parte integrante della nostra quotidianità. La tecnologia pervade buona parte dei momenti della nostra giornata e delle nostre attività, da tanto tempo: fin dalla prima industrializzazione quando la tecnologia aveva ancora un carattere "meccanico". Ci siamo abituati in fretta ad usare le macchine per scrivere al posto di carta e penna, a usare calcolatrici che rispetto ad un calcolo manuale non concedevano spazio ad errori ed erano veloci, a muoverci in maniera differente rispetto al camminare, a comunicare con il telefono azzerando la distanza. Da quel momento il trend è stato veloce e l'avvento del digitale ha contribuito ad una ascesa ancora più rapida. Non sempre però la tecnologia è amica della nostra quotidianità, spesso diventa veicolo subdolo che

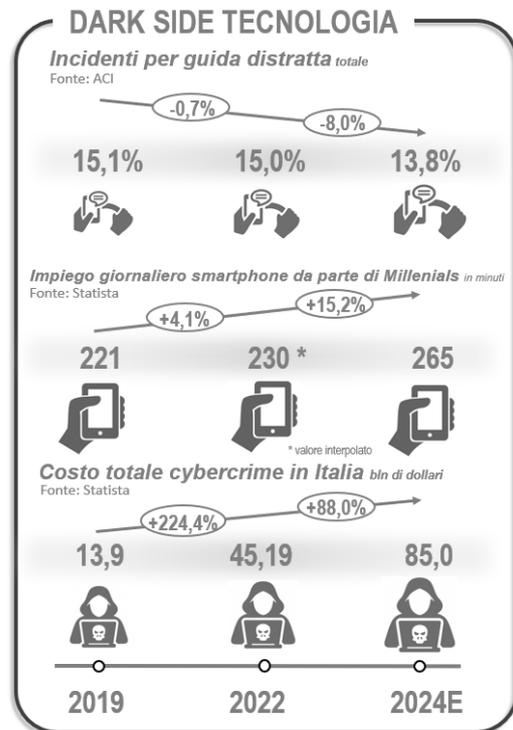
comporta nel migliore dei casi una gestione dei nostri dati non proprio trasparente, nel peggiore eventi delittuosi di enorme gravità. "Se non paghi per un prodotto, allora il prodotto sei proprio tu": abbiamo sentito questa frase molte volte, dopo l'introduzione dei social network dapprima, e poi dopo l'avvento dell'e-commerce. Il dubbio che

"Quando ci chiediamo se una tecnologia sia giusta o sbagliata, se sia da apprezzare o da temere, perdiamo di vista un aspetto fondamentale: che l'uomo è inestricabilmente connesso con le tecnologie. E' una relazione a cui non ci si può sottrarre."

Francesco Parisi, Università di Messina

questa affermazione sia veramente tale probabilmente ha sfiorato molti di noi, facendo pensare ad un complottismo sterile. Però l'analisi economica viene in aiuto per capire meglio il problema. Nel 2023 Google ha generato più di 305 miliardi in revenues tramite Google ads: l'80% del tuo suo business è basato sulle pubblicità online. Il re dei social network, Facebook, percepisce il 98% delle entrate da Facebook ads.

L'80% delle scelte di contenuto che un utente fa all'interno di Netflix è consigliata dalla piattaforma tramite algoritmi di raccomandazione, e perfino Amazon ha generato nel 2023 quasi 47 miliardi in ads,



incrementando del 24% rispetto all'anno precedente. Sono situazioni che siamo abituati a gestire, anche perché non siamo in grado di rinunciare, in linea di massima, a nessuna di queste piattaforme digitali, nonostante le problematiche sociali collegate e di sostenibilità (si veda il Tema To Watch "CO2 Web"). Il marketing si è sempre nutrito delle informazioni dei consumatori, ma con i big data si è andati oltre alle semplici informazioni di acquisto affiancandole ad informazioni strettamente personali riferibili a tutto il mondo che frequentiamo

online. E quindi anche ai nostri mezzi di pagamento piuttosto che i nostri dati di identità. La Federal Trade



Commision ha rivelato che nel periodo pandemico i furti di identità si sono incrementati del 45%. I numeri di codice fiscale, quelli delle carte di credito e altri fattori di identità personale possono essere rubati e venduti nel dark web o utilizzati dai criminali. Sovente questi dati vengono ricavati da computer dimessi che contengono tantissimi dati ed informazioni sensibili. Un computer di uno studio medico sostituito per obsolescenza potrebbe contenere ancora dati sanitari facilmente recuperabili anche se cancellati. E l'utilizzo del cloud potrebbe non essere risolutivo se il servizio non è di qualità con le opportune crittografie. Ma quanto possono valere i nostri dati, ad esempio quelli di una carta di credito? Mediamente nel dark web sono venduti a 40 dollari, ma spesso solamente 1 dollaro. In compenso i danni che possono essere generati sono decisamente ingenti. Stanno proliferando anche società fittizie che con il medesimo nome di quelle originali vengono aperte in paesi stranieri: queste società vendono prodotti finanziari e assicurativi inesistenti. Quindi le istituzioni finanziarie ed assicurative si trovano già nelle condizioni di dover affrontare

problematiche legate ad operazioni fraudolente, quasi unicamente effettuate online, che costituiscono un danno potenziale non solo dal punto di vista economico, ma anche da quello reputazionale. Essere pronti a questi scenari è essenziale, sia per l'utente privato che per gli operatori di business.



FOCUS ON...

► La "demenza digitale"

L'uso intensivo de digitale può essere dannoso, ma in alcuni casi è una necessità

La "demenza digitale" è un concetto teorizzato da Manfred Spitzer, un neuroscienziato tedesco, nel suo libro "Digitale Demenz: Wie wir uns und unsere Kinder um den Verstand bringen" (Demenza Digitale: Come stiamo perdendo la nostra mente e i nostri figli) pubblicato nel 2012. Secondo Spitzer, la demenza digitale si riferisce alla perdita delle capacità cognitive causata dall'eccessivo utilizzo delle tecnologie digitali, come computer, smartphone e dispositivi digitali simili. Le argomentazioni principali di Spitzer riguardo alla demenza digitale includono il modo in cui l'uso eccessivo di tecnologie digitali può compromettere la memoria, la concentrazione e l'attenzione, nonché influenzare negativamente lo sviluppo cognitivo nei bambini. Egli avverte anche dei potenziali effetti dannosi sulla salute mentale, collegando l'uso eccessivo di tecnologie digitali a problemi come l'ansia, la depressione e l'isolamento sociale. Inoltre, Spitzer sottolinea il rischio di un declino della cultura del pensiero critico e dell'analisi riflessiva a causa dell'eccessiva dipendenza da fonti digitali di informazione, che possono favorire la superficialità e la mancanza di approfondimento nel pensiero. Va notato che le teorie di Spitzer sulla demenza digitale sono state oggetto di critica da parte di alcuni esperti e ricercatori, che hanno sollevato dubbi sulla solidità delle sue argomentazioni e sull'ampiezza delle sue conclusioni. Tuttavia, la sua opera ha comunque sollevato importanti domande sull'impatto dell'era digitale sulla salute mentale e sul funzionamento cognitivo umano. Le teorie di demenza digitale proposte da Manfred Spitzer hanno suscitato un certo interesse e dibattito all'interno della comunità scientifica e accademica. Perché l'abuso di tecnologia non deve essere sempre essere necessariamente considerato con l'accezione negativa. Basti pensare alle persone disabili con neurosensorialità ridotta che trovano nei sistemi digitali la loro unica possibilità di contatto con il mondo.



I DRIVER DEL CAMBIAMENTO

- Evoluzione tecnologica e digitalizzazione
- Evoluzione normativa e regolamentare
- Dilemmi etici crescenti nel rapporto fra uomo e macchina
- Tutela delle categorie più deboli, tipicamente giovani e anziani
- Dialogo fra figure con competenze tecniche e figure con competenze sociali
- Evoluzione delle minacce cyber
- Consenso sociale e percezione pubblica



GLI IMPATTI SUL SETTORE ASSICURATIVO

Sul Sistema	Sui Clienti
<ul style="list-style-type: none"> ▪ Desincronizzazione dei diversi sistemi (sistemi del diritto e dell'educazione vs sistema tecnologico) ▪ Patologie, dipendenze, distrazioni, fenomeni di disinformazione derivanti dalla tecnologia ▪ Strapotere dei player tecnologici 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Sistema assicurativo coinvolto nella fase di prevenzione e educazione ai rischi della tecnologia ▪ Miglioramento dell'esperienza del cliente nell'ottica della fiducia, della tutela e della salvaguardia del benessere e dei dati
 OPPORTUNITA'	 RISCHI
<ul style="list-style-type: none"> ▪ Offerta di nuove forme assicurative ▪ Sviluppo di servizi in ambito educazione e prevenzione sui rischi della tecnologia in particolare su categorie più deboli (giovani, anziani...) ▪ Posizionamento competitivo distintivo come player "trustworthy" 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Cyber risk ▪ Furto di dati e violazione privacy ▪ Impatti sociali in termini di patologie, dipendenze, distrazioni, disinformazione

Hanno partecipato alla predisposizione del presente Quaderno:

Liliana Cavatorta

Capo Progetto - Responsabile Emerging and Reputational Risk

Gianluca Rosso

Emerging and Reputational Risk

Davide Iacofano

Emerging and Reputational Risk

Elena Borovina

Emerging and Reputational Risk

Prof. Egeria Di Nallo

già Direttore del Dipartimento di Sociologia dell'Università di Bologna

Il Gruppo di lavoro si è avvalso del supporto del Tavolo Tecnico dell'Osservatorio R&ER e della sponsorship della funzione Risk Management nella persona di Gian Luca De Marchi.



unipol.it

Unipol Gruppo S.p.A.
Sede Legale
Via Stalingrado, 45
40128 Bologna